



Warszawa, 16 października 2019 r.

Projekt Stella Pack najlepszy w konkursie Carrefour dla dostawców – sieć nagrodziła odpowiedzialne praktyki opakowaniowe partnerów

Carrefour Polska ogłosił najlepsze inicjatywy 10. kampanii Autodiagnostyk „Wyzwanie dla dostawców – odpowiedzialne opakowania”. Zdobywcą pierwszej nagrody została firma Stella Pack za projekt „Worki na śmieci jako ekologiczne opakowanie”, który pokazuje jak wykorzystać odpady w produkcji i skutecznie zamknąć obieg. Wyniki ogłoszono 16 października podczas Spotkania Dostawców Marki Własnej.

Inicjatywa Stella Pack, uznana za najlepszą w tym roku, polega na produkowaniu worków na śmieci w układzie gospodarki obiegu zamkniętego. Stella Pack przetwarza odpady z folii, produkując około miliarda worków rocznie. Powstające produkty są pełnowartościowe i wszystkie ich elementy w pełni nadają się do ponownego przetworzenia, zarówno folia, jak i papierowy pasek wykorzystywany jako etykieta. Zwycięzca otrzyma ogólnopolską miesięczną kampanię promocyjną swoich produktów w sklepach sieci Carrefour.

*- Dostawcy marki własnej Carrefour w tegorocznej kampanii przedstawili wiele ciekawych projektów, które odpowiadają na trendy społeczne, a także korespondują z naszymi działaniami w obszarze odpowiedzialnego gospodarowania opakowaniami, takimi jak redukcja masy opakowań naszych produktów marki własnej, wprowadzanie toreb kasowych z recyklingu, czy zapraszanie klientów w całym kraju na zakupy z własnymi wielorazowymi opakowaniami – mówi **Barbara Kowalska, Dyrektor ds. Jakości i Zrównoważonego Rozwoju**. – Zwycięski projekt firmy Stella Pack w pełni wpisuje się we wszystkie aspekty, które uznaliśmy za ważne, wyznaczając temat plebiscytu dla dostawców na 2019 rok. To inicjatywa, która skupia się na wykorzystaniu odpadów, zamykaniu obiegu w cyklu życia produktu oraz pozwala osiągnąć efekt skali, ponieważ worki są podstawowym produktem naszego partnera – dodaje **Barbara Kowalska**.*

Obok nagrody głównej, jury przyznało też dwa wyróżnienia. Firmę Białuty wyróżniono w kategorii ekoprojektowanie za pomysł biodegradowalnego opakowania na cebulę i ziemniaki, który wykazał, że nawet do produktów nisko cenowych, można wykorzystać nowoczesne, przyjazne dla środowiska opakowanie. W obszarze edukacji konsumentów doceniono inicjatywę Spółdzielni Ogrodniczej Grodzisko „Nasz produkt – Twoje opakowanie”, który zachęca klientów kupujących w siedzibie firmy do pakowania owoców do własnych opakowań lub całkowicie biodegradowalnych kartonów, które można nabyć w Spółdzielni. Po 6 miesiącach od rozpoczęcia działań, 90% klientów korzysta ze swoich opakowań wielokrotnego użytku. Pozostałe 10% to osoby robiące zakupy w Spółdzielni po raz pierwszy.

Kampania Autodiagnostyk opracowana przez Carrefour, ma na celu promowanie zrównoważonego rozwoju wśród dostawców marki własnej i umożliwienie im oceny ich działań w tym zakresie. Każda odsłona kampanii skupia się na jednym ze wskazanych przez Carrefour obszarów z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. W tegorocznej

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com



edycji kampanii przedsiębiorcy mogli zgłaszać w konkursie swoje inicjatywy związane z odpowiedzialną polityką opakowaniową i gospodarką obiegu zamkniętego.

Dostawcy biorący udział w kampanii, prezentowali realizowane przez siebie projekty w ramach jednej z trzech kategorii: ekoprojektowanie, edukacja konsumenta, rozwiązania strategiczne. Spośród nadesłanych propozycji, które przeszły weryfikację zewnętrznych audytorów, najlepsze 8 przeszło do ostatniego etapu – oceny jury, w którym zasiedli niezależni eksperci i przedstawiciele Carrefour odpowiedzialni za CSR. Audytorzy oraz jury, przy ocenie projektów, brali pod uwagę kryteria takie jak: wprowadzenie przyszłościowego zarządzania, odpowiedzialne pozyskiwanie surowców, ograniczanie produkcji odpadów i czerpanie z nich korzyści, kierowanie klientów w stronę zrównoważonej konsumpcji, ochrona zdrowia i bezpieczeństwo konsumentów, promowanie społecznej odpowiedzialności w łańcuchu wartości.

W gronie jurorów zasiadali eksperci zewnętrznie: Dominika Wierzbowska, Naczelniczka Wydziału ds. CSR i współpracy z organizacjami pozarządowymi w Ministerstwie Inwestycji i Rozwoju, hab. Bolesław Rok, prof. nadzw. Akademii Leona Koźmińskiego, Małgorzata Greszta, Partner Zarządzający CSR Consulting, Marta Krawczyk, Pełnomocnik Zarządu w Rekopolu Organizacji Odzysku Opakowań oraz Katarzyna Dmochowska, Specjalista ds. Zrównoważonego Rozwoju Centrum UNEP/GRID Warszawa. Z ramienia Carrefour projekty konkursowe oceniali: Barbara Kowalska, Dyrektorka ds. Jakości i Zrównoważonego Rozwoju oraz Maria Cieślakowska, Dyrektorka komunikacji Zewnętrznej i PR.

Wyróżnienia dla najlepszych projektów, wręczono w trakcie dorocznego Spotkania Dostawców Marki Własnej. Podczas wydarzenia partnerzy Carrefour mieli też okazję dyskutować o ekoprojektowanie, miejscu zrównoważonych opakowań w gospodarce obiegu zamkniętego, czy śladzie węglowym jako narzędziu wpływu firmy na klimat. Wysłuchali też wystąpień ekspertów zaproszonych przez Carrefour, którzy przybliżyli ważne zagadnienia dot. propagowania rolnictwa ekologicznego w Polsce, które sieć szeroko podejmuje w ramach swojej strategii transformacji żywieniowej dla wszystkich.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230 000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw.

Carrefour, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada 12 000 sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour obsługuje 105 milionów klientów na całym świecie i wygenerował w 2018 roku sprzedaż w wysokości 84,9 miliarda euro. Grupa liczy ponad 360 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim klientom produkty spożywcze wysokiej jakości, ogólnie dostępne i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na www.carrefour.com oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy.

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślakowska, Dyrektorka Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com